



GUT GEMACHTE VIDEOS sprechen
den Betrachter emotional an.
Video: 92887850, Daniel Hurst
Photography/Getty Images

VIDEO by Getty Images. Mit Video-Marketing erfolgreich kommunizieren

Ausdrucksstarke Videos sprechen den Betrachter emotional an und laden zur Interaktion ein. Im Internet werden ungewöhnliche oder unterhaltsame Video-Clips häufig mehrfach angesehen, sie verbreiten sich schnell und erreichen zum Teil sogar Kult-Status.



ANDREAS GEHRMANN,
Senior Marketing Manager
bei Getty Images Marketing D-A-CH.



Immer mehr namhafte Marken setzen verstärkt auf Video-Marketing. Durch die zunehmende Verschmelzung von TV- und Internetnutzung scheint Video-Marketing heute zeitgemäßer und entspricht den Nutzungsgewohnheiten mehr als klassische Bannerwerbung oder Textanzeigen.

Mit über 20000 Stunden Video-Material ist es Getty Images gelungen, sich als Marktführer in diesem Segment zu etablieren. Auf der Web-Seite www.gettyimages.de findet man eine riesige Auswahl origineller, qualitativ hochwertiger Video-Clips zu den verschiedensten Themen, die für werbliche oder redaktionelle Projekte eingesetzt werden können. Videos

lassen sich zudem individuell mit Foto-, Grafik- und Textelementen sowie Musik-Tracks kombinieren.

Die Zukunft der Video-Branche

Andrew Saunders, Vizepräsident von Getty Images im Bereich Creative Content, ist davon überzeugt, dass die Bedeutung von Videos für die Werbewirtschaft in Zukunft weiter wachsen wird. Ein Grund dafür ist, dass die Qualität unserer Videos sich in den letzten Jahren stark verbessert hat. Durch den Einsatz neuester Technologien entstehen Aufnah-



BEKANNTES aus ungewohnter Perspektive zeigen.

Video: 1225-7, Brent Finley Productions/one80: Signature

men, die noch nie zuvor möglich waren und den Betrachter in ihren Bann ziehen. Erfolgreiche Clips zeichnen sich durch einen hohen Produktionswert und die Liebe zum Detail aus. Sie erzählen kleine Geschichten aus dem Alltag oder zeigen eindrucksvoll die Schönheit unseres Planeten. Gegenüber einzelnen Fotos oder Grafiken haben Videos den Vorteil, dass sie zeitliche Abläufe zeigen und komplexe Zusammenhänge verständlich darstellen können. Untersuchungen belegen, dass Internetnutzer eher dazu bereit sind, sich ein Video von zwei Minuten Länge anzusehen, als einen Text durchzulesen. Gut gemachte Videos garantieren Aufmerksamkeit und vermitteln schnell und präzise Informationen zu Produkten oder Dienstleistungen. Aufgrund ihrer großen Beliebtheit erzielen Videos zudem hohe Positionen auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen. Studien haben gezeigt, dass der Besucherstrom auf Web-Seiten sich durch Video-Marketing deutlich erhöhen lässt und damit für steigende Umsätze und Anmeldezeiten für Newsletter sorgt. Eine Investition in Video-Marketing wird sich daher auch in Zukunft deutlich auszahlen.

Neueste Technologien

Die Video-Kontributoren von Getty Images nutzen weltweit technologische Innovationen, um zukunftsweisende Inhalte zu produzieren. Zu den derzeit wichtigsten Video-Trends zählen laut Andrew Saunders Aufnahmen mit sogenannten Octocoptern, kreiselstabilisierte Mini-Hubschrauber, auf denen hochauflösende Kameras montiert wurden. So entstehen atemberaubende und unvergleichliche Videos, die Städte, Landschaften oder Regionen aus der Vogelperspektive zeigen. Die ungewöhnliche Perspektive überrascht selbst jene, die einen Ort in- und auswendig zu kennen glauben. Einen weiteren Trend bilden die beiden Spezialtechniken Zeitraffer und Hyperlapse. Dabei wird die Belichtungsfrequenz so manipuliert, dass Sequenzen schneller als in Wirklichkeit ablaufen. Dabei entstehen verblüffende Aufnahmen vom dynamischen Leben in internationalen Metropolen, der Arbeit auf Großbaustellen oder den Gezeiten der Natur. Besonders beeindruckend wirken auch 360-Grad-Panorama-Videos, bei denen die Hyperlapse-Technologie zum Einsatz kommt. Durch techno-



MIT DER
HYPERLAPSE-
TECHNOLOGIE
lassen sich tolle
Effekte erzielen.

Video: 137358782,
Jorg Greuel/
Image Bank Film



VINTAGE-VIDEOS
liegen voll im Trend.

Video: 127827704,
videovault.gettyimages.com

Historisches Filmmaterial

Als Gegentrend zur rasanten technologischen Entwicklung zeichnet sich bei vielen Konsumenten eine Sehnsucht nach Entschleunigung und Authentizität ab. Deswegen sind nicht nur brandneue Videos gefragt. Eine kürzlich durchgeführte Umfrage ergab, dass 84 Prozent der Marketingfachleute Retro-Aufnahmen einsetzen, um positive Werte wie Tradition oder Fortschritt zu kommunizieren. In vielen Filmarchiven schlummern wahre Perlen, die durch den geschickten Einsatz für aktuelle Kampagnen zu neuem Leben erweckt werden können.

Bei Getty Images findet man eine große Auswahl an digitalisiertem, historischem Filmmaterial. Authentische Aufnahmen zeigen so diverse Motive wie elegante Mode der 1930er, klobige Kassettenrekorder aus den 1980er-Jahren oder einen Raketenstart von 1950. Bedeutende Ereignisse des 20. Jahrhunderts werden ebenso dokumentiert wie Szenen aus dem Alltag von anno dazumal. Herrlich altmodische Vintage-Videos verleihen Marketingkampagnen einen hohen Wiedererkennungswert und lösen beim Betrachter angenehme Emotionen aus.

von Andreas Gehrman

logische Entwicklungen entstehen so faszinierende Clips, die sogar bereits Bekanntes aus neuen und verblüffenden Perspektiven zeigen. Ungewöhnliche Aufnahmen verhelfen Video-Projekten zu stärkerer Aufmerksamkeit: Sie werden auf Social-Media-Plattformen im Netz häufig mit Freunden und Kollegen geteilt, erreichen dadurch eine größere Zielgruppe und erhöhen die Sichtbarkeit eines Unternehmens.